

L'optimisation énergétique, une opportunité pour les entreprises ?

Sous la pression du grand public comme des autorités, les entreprises sont obligées de rationaliser leur consommation d'énergie et limiter leurs déchets et autres émissions carbone. Une stratégie qui s'avère aussi écologique qu'économique.

Temps de lecture : minute

29 novembre 2019

2019 aura indubitablement marqué un tournant dans la prise de conscience écologique de notre société. Le phénomène Greta Thunberg aura mis au pied du mur gouvernements et entreprises, alors que la réduction de notre empreinte carbone était jusque-là limitée, dans le discours public, aux efforts des particuliers. Dans les grands groupes, les considérations écologiques se cantonnaient aux dispositifs de RSE, à la périphérie de leurs activités. *“Aujourd’hui, les dispositifs d’efficience énergétique sont au coeur de la stratégie des corporates, au même titre que l’innovation”*, se réjouit Eric Coisne, directeur associé de [Raise](#), qui a lancé avant l’été une verticale dédiée à *l’impact investing*.

Arnaud Legrand, CEO de [Energency](#) constate également *“la convergence des problématiques RSE et du numérique”*. La startup a développé une solution permettant aux industries d’identifier, grâce aux données qu’elles produisent, les gisements d’économies d’énergie. *“Le bagage réglementaire lié aux enjeux climatiques s’est considérablement renforcé ces dernières années : les entreprises doivent procéder à un audit tous les quatre ans ou peuvent obtenir la certification ISO 50 001 sur le management de l’énergie*, rappelle l’entrepreneur. *Les dispositifs en*

matière de RSE sont eux aussi devenus davantage coercitifs."

Efficiences énergétique et optimisation financière

Acculées, les entreprises ont finalement fait des enjeux écologiques un véritable cheval de bataille. D'une part parce que *"la pression du grand public est de plus en plus forte"*, rappelle Arnaud Legrand, les consommateurs demandant aux entreprises de rendre des comptes sur ces sujets-là. *"La mobilisation du public oblige les entreprises à la transparence"*, abonde Aglaé Touchard-Le Drian, directrice associée de Raise Impact. Pour des questions marketing, entreprises et industriels se doivent donc d'être irréprochables en termes d'impact sur la planète - ou au moins pouvoir montrer qu'ils font des efforts en la matière.

D'autre part, optimisation énergétique rime avec efficacité économique. *"Les entreprises se sont rendu compte que plutôt qu'une contrainte, la transition énergétique peut devenir une opportunité business"*, analyse l'investisseuse. Plus convaincantes que l'impact sur la planète, les économies financières induites par les dispositifs d'optimisation des dépenses énergétiques résonnent comme un argument massue auprès des dirigeants. *"L'aspect financier du problème encourage les entreprises à repenser leurs modèles pour créer une économie plus vertueuse"*, reconnaît Robin Delhom, ingénieur solutions chez Evolution Energie.

Une multitude de solutions

Reste que pour économiser, il faut commencer par changer ses habitudes. Et même si ce changement induit un investissement initial, refroidissant parfois la volonté des chefs d'entreprise, les bénéfices à la clé sont réels. Et ce, malgré le fait que le marché soit encore en phase de consolidation, *"il n'existe pas de standard en la matière, ce qui laisse*

la place à différentes approches, différentes solutions dont peu adressent de manière globale les problématiques des entreprises”, poursuit Robin Delhom.

L’un des leviers de structuration de ce marché de niche voué à grandir réside donc dans la mise en place de standards. *“L’incitation au changement passera par la prise en compte des critères environnementaux par les investisseurs. Une agence de notation dédiée, européenne ou mondiale, pourrait voir le jour dans les prochains mois afin de standardiser la mesure de l’impact”,* prophétise Aglaé Touchard-Le Drian.

Créer un effet vertueux

Anticipant la consolidation du secteur, les startups dédiées à l’efficacité énergétique cherchent de nouveaux relais de croissance. Certaines font le choix de se rapprocher d’acteurs majeurs du software afin d’élargir leur base clients. Ainsi, l’accélérateur tricolore du groupe SAP, SAP.iO Foundry Paris, a-t-il accueilli deux startups du secteur, Energiency et Evolution Energie. *“Les clients que nous ciblons sont pour la plupart des clients de SAP. Nous souhaitons donc interfacer notre solution avec le système SAP afin d’éviter à nos clients de multiplier les solutions utilisées et maximiser ainsi le retour sur investissement lorsqu’ils choisissent nos outils”,* explique Robin Delhom.

Un tel rapprochement permet donc à la fois aux startups de bénéficier de la force de frappe d’un acteur établi mais aussi à leurs clients de se lancer dans leur transformation énergétique à moindre coût. *“La donnée est aujourd’hui omniprésente dans les entreprises : elles n’ont plus besoin de déployer des capteurs et des investissements conséquents afin d’optimiser leur performance énergétique”* selon Arnaud Legrand. Une facilité de mise en place qui devrait encourager de plus en plus de sociétés à sauter le pas... pour un impact d’autant plus grand sur notre

planète.

Maddyness, partenaire média de SAP.iO Foundry Paris

Article écrit par Maddyness, avec SAP